

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB 2	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 <i>Brand experience</i>	13
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	14
2.1.3 <i>Brand Satisfaction</i>	18
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Model Penelitian	24

2.5 Hipotesis Penelitian	25
2.5.1 Hubungan <i>Brand experience</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	25
2.5.2 Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	25
2.4.3 Hubungan <i>Brand Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	26
2.4.4 Hubungan <i>Brand experience, Brand trust</i> dan <i>Brand Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	27
BAB 3	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
3.2.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	29
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3.1 Jenis dan Sumber data	30
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.4 Teknik Analisis Data	33
3.5 Uji Hipotesis	36
BAB 4	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2 Karakteristik Responden	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal.....	41
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	42

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendapatan	42
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
4.3 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	43
4.3.1 Variabel <i>Brand Experience</i>	44
4.3.2 Variabel <i>Brand Trust</i>	45
4.3.3 Variabel <i>Brand Satisfaction</i>	45
4.3.4 Variabel <i>Brand Loyalty</i>	46
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
4.4.1 Hasil Uji Validitas.....	47
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	50
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas	51
4.6 Hasil Uji Hipotesis	53
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier berganda.....	53
4.6.2 Hasil Uji Signifikansi.....	55
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
4.7 Pembahasan.....	58
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Merek Damelia	58
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Merek Damelia..	59
4.7.3 Pengaruh <i>Brand Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Merek Damelia	61
4.7.4 Pengaruh <i>Brand Experience, Brand Trust, Brand Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Merek Damelia Secara Simultan (Bersama-sama)	63
BAB 5	64
PENUTUP	64

5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	71

